

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, G., Ristanto, H., Kusmanto, K., & Rubiyati, R. (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rocket Chicken Karangjati). *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 7(2), 1–15. <https://doi.org/10.54066/jbe.v7i2.214>
- Akbar, N. F., & Nurcholis, D. L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Furniture Di Rangka Jaya Mebel Jepara). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 972–994. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/view/10558>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Aridiyanto, M. J., & Penagsang, P. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Koperasi (Studi Kasus : Koperasi Di Surabaya Utara). *JEB17 : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(01), 27–40. <https://doi.org/10.30996/jeb17.v7i01.6542>
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127. <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/12>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338>
- Cindy Magdalena Gunarsih. (2021). Pengaruh harga terhadap pembelian. *Pengaruh Harga*, 2(1), 1–4.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Data pengikut media sosial sister group AKB48*. (2024).
- Dwi, A., Azkiyah, Idila Elshyfa, & M.Nurwanto. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fanatisme Terhadap Minat Pembelian Tiket Konser Blackpink Di Stadion Gelora Bung Karno. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 846–859. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2066>
- Electronic, P., Of, W., Kualitas, D. A. N., Branch, R., Woruntu, A. I. J., Nelwan, O. S., & Lengkong, V. P. K. (2023). *A . I . J . Woruntu ., O . S . Nelwan ., V . P . K . Lengkong*

*PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT . MANDALA FINANCE Tbk , CABANG RATAHAN GLEND M . C . SUALANG , THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ( E-WOM ), PRICE , AND PRODUCT QUALITY ON PU. 11(2), 335–344.*

- Fadilah, N. N. (2023). Literature Review of Marketing Strategy of Product Quality, Brand Image and E-Wom on Purchasing Decisions for Makeup .... *IJESM Indonesian Journal of Economics* ..., 1(4), 335–341. <https://journal.drafpublisher.com/index.php/ijesm/article/download/48/45>
- Fahlevy, E. P., & Pribadi, M. A. (2024). *Erlangga Putra Fahlevy, Muhammad Adi Pribadi: Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Keputusan Pembelian Tiket Film Oppenheimer Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Keputusan Pembelian Tiket Film Oppenheimer*. 143–151.
- Firmansyah, A. (2024a). *DATA SPSS ALDI*. DATA SPSS.COM
- Firmansyah, A. (2024b). *Sumber Data Primer 2024*.
- Giovinda, F., Ridwan, H., & Pusporini. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket. *com. Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1(1)*, 1059–1076.
- Google Scholar*. (2024). <https://scholar.google.com/>
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi, 19(1)*, 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Hidayat Susilowati, I., & Camelia Utari, S. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 6(1)*, 134–140. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Jannah. (2023). *Jannah 2023. 01(01)*, 71–84.
- Jkt48.com. (2024). *Event* JKT48. <https://x.com/officialJKT48?t=KwoqQa65UPIApO5HvTn2RA&s=09>
- JKT48. (2023). *Konser Anniversary Ke 12 JKT48*. Industri Musik. <https://jkt48.com/news/detail/id/1715?lang=id>
- Kolter, P., & Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2016. *Prinsip - Prinsip Manajemen (Edisi 12)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Gary, A. 2016. *Principle of Marketing (Edisi 15)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Kelvin, L. K. 2012. *Marketing Management (Edisi 14)*. Global Edition.
- Komaling, A. G., Mandey, S. L., & Poluan, J. G. (2023). Dampak Periklanan Online, E-Wom, Dan Contentmarketing Terhadap Keputusan Membeli Produk Healthy Food Di Manado Pada Masa Newnormal. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 11(4)*, 827–837. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51751>

- Kurniawati, putri. (2017). No Title الابداز الإلكتروني.. جرائم تتغذى على طفرة «التواصل». In *Universitas Nisantara PGRI Kediri* (Vol. 01).
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Listyawati, L., Herawati, A., Sri Lestari, D., Sarwani, S., & Heby Vernanda, T. (2023). Pengaruh Customer Engagement Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Di Urban Wagyu Steak House Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v7i1.6563>
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Mamlukah, & Wahyuningtyas, D. (2020). 1 Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam Vol I No I Agustus 2020, ISSN: 2745-8407. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 1(I), 1–15. <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JESDar/article/view/641/444>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 03(02), 134–146.
- Marlius, D., & Darma, K. P. K. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Oppo Pada Toko Faiqah Ponsel Di Ujung Air, Kecamatan Sutera, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. *Jurnal Economina*, 2(1), 1050–1062. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.234>
- Mayroza Wiska, Fenisi Resty, & Hidayatul Fitriani, H. F. (2022). Analisis Content Marketing Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom ) Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tik-Tok (Studi Kasus Generasi Z Kabupaten Dharmasraya). *Manajemen Dewantara*, 6(2), 153–162. <https://doi.org/10.26460/md.v6i2.12524>
- Monavia Ayu Rizaty. (2023). *Daftar Genre Musik Favorit Masyarakat Indonesia pada 2023 Artikel ini telah tayang di DataIndonesia.id dengan judul “Daftar Genre Musik Favorit Masyarakat Indonesia pada 2023”*. Author: Monavia Ayu Rizaty. Editor: Monavia Ayu Rizaty. *Klik selengkapnya di . Data Indonesia*. <https://dataindonesia.id/varia/detail/daftar-genre-musik-favorit-masyarakat-indonesia-pada-2023>.
- Nadira Badarudin, Tumbuan, W. J. F. A., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal EMBA*, 9(3), 312–322. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34720/32566>
- Ningrum, I. S. (2024). Pengaruh Promosi Dan Electronic Word Of Mouth ( E-Wom ) Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID ( Studi Kasus Pada Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 75–92.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic*,

*Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54.  
<https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>

- Oktaviani, I., & Hanafia, F. (2022). Pengaruh Ewom, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Jevera Coffee and Eatery. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 282–297.  
<https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4122>
- Panji, S., & Bagaskara, S. (2021). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE GUDANG KOPI Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Pardede, S. P., Baharuddin, G., Riskarini, D., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Investigasi Korelasi Antara Fanatisme, Promosi, Dan Harga: Studi Kasus Pada Band Korea Nct Dream. *Jurnal Riset Bisnis*, 7(2), 262–271.
- Purnama, N., & Marlina, N. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Gunung Semeru. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1626–1634.  
<https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1626-1634>
- Ramdani, D., Supriatna, E., & Yuliani, W. (2023). Validitas Dan Reliabilitas Angket Kematangan Emosi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 6(3), 232–238. <https://doi.org/10.22460/fokus.v6i3.10869>
- Revi C. Rantung. (2023). *JKT48 Sukses Gelar Konser Anniversary Ke-12 di Surabaya, Banyak Pengumuman Menarik Klik untuk baca: https://www.kompas.com/hype/read/2023/12/18/124911066/jkt48-sukses-gelar-konser-anniversary-ke-12-di-surabaya-banyak-pengumuman?jxrecoid=19c8f0ac-ca5d-4c2d*. Kompas.Com.
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Loket.Com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1181–1187.  
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36108>
- Rivaldo, Y., & Yusman, E. (2021). Pengaruh Physical Evidence , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada. *Jurnal As-Said. LP2M. Institut Agama Islam Abdaullah Said Batam*, 1(1), 13.
- Sari, B., Kupu, D. A. N., & Malam, K. (2023). *QUEERBAITING PADA SPECIAL PERFORMANCE VIDEO JKT48*. 5(2), 87–101.
- Setiawan, A. O., & Chrisdina, C. (2023). Marketing Strategy Of JKT48 As A Japanese-Style Idol Group In Attracting New Markets In Indonesia. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 4(1), 58. <https://doi.org/10.37535/103004120236>
- Soinbala, R., & Bessie, J. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Oncu’s Fruit Dessert ). *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83.
- Studies, F. (2022). *JIEFeS*. 3(1), 55–69.
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450.  
<https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/view/10038>

- Syarifuddin, Bata Ilyas, J., & Sani, A. (2021). Pengaruh Persepsi Pendidikan dan Pelatihan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Di Kota Makassar. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(2), 55. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/biemr/article/view/102>
- Wahyuddin, R., Sucipto, A., & Susanto, T. (2022). Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality Dengan Metode Multiple Marker Pada Pengenalan Komponen Komputer. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(3), 278–285. <https://doi.org/10.33365/jatika.v3i3.2034>
- Wairata, C. R., Swedia, E. R., & Cahyanti, M. (2021). Pengklasifikasian Genre Musik Indonesia Menggunakan Convolutional Neural Network. *Sebatik*, 25(1), 255–261. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1286>
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 965–973. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30604>
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>